

Pharmazeutische Zeitung, 02.09.2013

Ware ohne Schnickschnack

Das bayerische Alzenau liegt am Rande des Rhein-Main-Gebiets. Von dort aus will der Pharmagroßhändler AEP direkt den deutschen Markt in Bewegung bringen. Die PZ sprach mit den AEP-Geschäftsführern Markus Eckermann und Jens Graefe.

PZ: Was bedeutet die Abkürzung AEP direkt?

Eckermann: AEP steht für Apothekeneinkaufspartner. Der Zusatz »direkt« soll symbolisieren, dass wir schnell sind, uns ausschließlich auf das Notwendige konzentrieren und direkte Konditionen geben.

PZ: Wer ist an dem Unternehmen beteiligt?

Graefe: Größter Teilhaber ist die österreichische Post mit einem Anteil von knapp unter 50 Prozent, der ehemalige österreichische Wirtschaftsminister Martin Bartenstein mit knapp über 25 Prozent und eine Reihe von Privatinvestoren aus dem Umfeld des AEP-Gründers Professor Nikolaus Fuchs. Alle Investoren, die das Konzept kritisch geprüft haben und wie wir davon überzeugt sind.



PZ: Welche Rolle haben Fuchs und seine Unternehmensberatung Lexington bei der AEP-Gründung gespielt?

Graefe: Er hat viel Erfahrung in der Branche. Die Idee war, einen Großhändler mit möglichst schlanken Strukturen und Prozessen aufzubauen. Ein Geschäftsmodell, reduziert darauf, Apotheken möglichst preisgünstig zu beliefern. Dazu gehört auch die Idee, nicht mit eigener Logistik zu arbeiten, sondern einen existierenden Logistiker ins Boot zu holen. Dafür war die österreichische Post-Tochter Trans-o-Flex der ideale Partner. Sie beliefert heute schon die meisten Apotheken in Deutschland täglich. Das ist die perfekte Synergie. Fuchs hat die Leute von Lexington das Modell durchrechnen lassen. Das Ergebnis war eindeutig: Mit dieser Kostenstruktur können wir allen Apotheken gute Konditionen bieten.

»Wir konzentrieren uns auf das Wesentliche.«
Jens Graefe,
Geschäftsführer AEP direkt

PZ: Haben Sie schon mit der Kundenakquise begonnen?

Eckermann: Wir haben natürlich ein Netzwerk, mit dem wir arbeiten und wir beginnen gerade mit ersten Anzeigen im Internet und starten gerade weitere Marketingaktionen. Wir haben keinen klassischen Außendienst und setzen auch hier auf ganz schlanke Strukturen, um günstig zu sein. Wir werden die Kunden per Telefon betreuen und haben Leute, an die sich Apotheker wenden können.

PZ: Das ist recht defensiv. Wie wollen Sie auf diese Weise Kunden gewinnen?



»Bei uns werden Apotheker die Rechnung auf einen Blick verstehen.«
Markus Eckermann,
Geschäftsführer AEP
direkt

Fotos: AEP direkt

Eckermann: Wir konzentrieren uns auf das, was vorteilhaft für Apotheken ist. Eine tägliche Lieferung, hohe Warenverfügbarkeit aufgrund des Zentrallagerkonzeptes, unkomplizierte Retouren, gute Preise und eine leicht verständliche, transparente Vereinbarung und Abrechnung. Wir liefern Ware ohne Schnickschnack zu besten Konditionen – und das dauerhaft.

PZ: Und das soll reichen?

Eckermann: Gerade die Unzufriedenheit bei den Großhandelsabrechnungen ist für Apotheken ein großes Ärgernis. Sie brauchen einen Experten, der ihnen die Rechnung erklärt. Das ist nicht akzeptabel. Bei uns werden Apotheker die Rechnung auf einen Blick verstehen. Deshalb bin ich überzeugt, dass es sich schnell herumspricht, wenn ein neuer Großhändler auf dem Markt ist, der transparent ist, gute Preise und selbsterklärende Rechnungen bietet.

PZ: Warum glauben Sie, ein besseres Angebot machen zu können als andere Großhandlungen?

Graefe: Weil wir Kostenführer sind und uns keinen Gedanken um die Logistik machen müssen. Wir konzentrieren uns auf das Wesentliche und überlassen die gesamte Logistik der Trans-o-flex. Sie verteilt unsere Ware an die Apotheken. Wir zahlen einen Festpreis pro Box und müssen uns keine Gedanken machen, ob eine Apotheke zehn Boxen bekommt oder zehn Apotheken jeweils eine. Es kostet uns dasselbe. Deshalb können wir für unsere Kunden ein Preissystem auf Boxenebene entwickeln. Eine kleine Apotheke, die wenige Boxen bestellt, bekommt so denselben Preis pro Box wie eine große Apotheke.

PZ: Welchen Marktanteil geben Sie Ihrem Konzept?

Graefe: Das ist eine sehr schwierige Frage. Wir sind noch nicht im Markt.